

PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN, KESADARAN WAJIB PAJAK, DAN ADANYA SANKSI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN PERPAJAKAN BAGI PROSPECTIVE TAXPAYER

Vionita

Septian Bayu Kristanto*

Universitas Kristen Krida Wacana,

Jalan Tanjung Duren Raya No. 4, Grogol Petamburan, Jakarta Barat, 11470

*septian.bayu@ukrida.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received March 2, 2018

Revised April 23, 2018

Accepted May 4, 2018

Key words:

Socialization, Awareness, Sanctions, Compliance, Taxation, And Prospective Taxpayers.

ABSTRACT

The aim of this study is to analyze the effect of taxation socialization, taxpayer awareness and the tax sanctions on tax compliance for prospective taxpayers. The prospective taxpayers are defined as future taxpayers who the subjective obligations as taxpayers begin since they are borned. But, since they have no the tax object, they donot have the tax obligation. This study uses students domiciled in Jakarta as population. The sampling method used is convenience sampling. The survey method is used to collect data. The data used in this study is 301 questionairs. The results show that the taxation socialization on the tax compliance for prospective taxpayers is significant and positive. But, the taxpayer awareness and tax sanctions have no effect on tax compliance for prospective taxpayers statistically.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan perpajakan bagi prospective taxpayer. Prospective taxpayer adalah calon wajib pajak. Calon wajib pajak merupakan masyarakat yang kewajiban pajak subjektifnya sudah ada sejak lahir namun belum mempunyai objek pajak, sehingga belum menjalankan kewajiban perpajakannya. Calon wajib pajak di kota Jakarta pada periode tahun 2018 merupakan populasi penelitian ini. Teknik penyampelannya menggunakan convenience sampling. Metode survei digunakan untuk pengumpulan data penelitian ini. Kuesioner yang kembali sebanyak 301. Hasil pengujian data menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepatuhan perpajakan bagi prospective taxpayer. Sedangkan kesadaran perpajakan dan sanksi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan perpajakan bagi prospective taxpayer.

PENDAHULUAN

Negara berkembang yaitu negara yang terus-menerus melakukan pembangunan nasional, Negara Indonesia adalah salah satu negara yang sedang berkembang, maka itu Indonesia juga berusaha melakukan pembangunan nasional semaksimal mungkin yang mempunyai tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat, pembangunan dapat terus dijalankan jika dana yang diperlukan memadai dan salah satu sumber dana yang dapat digunakan untuk pembangunan berasal dari penerimaan pajak. Salah satu yang mempengaruhi penerimaan pajak adalah kepatuhan dari wajib pajak.

Kepatuhan wajib pajak dapat dilihat dari adanya keteraturan dalam membayar dan melaporkan pajak sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku. Namun demikian, tingkat kepatuhan di Indonesia dianggap relatif belum

optimal. Hal ini dapat dilihat di negara ini, belum semua orang mendaftarkan diri sebagai wajib pajak. Kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain adalah sosialisasi perpajakan, kesadaran, dan sanksi pajak.

Sosialisasi perpajakan merupakan upaya pemerintah untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai peraturan dan ketentuan perpajakan yang berlaku kepada masyarakat. Sosialisasi perpajakan biasanya diadakan oleh Kantor Pelayanan Pajak (KPP). KPP melakukan penyuluhan kepada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat sadar akan adanya kewajiban perpajakan, mengadakan adanya konsultasi perpajakan, melalui media cetak, kampanye atau dengan pembagian brosur atau souvenir kepada calon wajib pajak baru. Dengan adanya sosialisasi perpajakan ini diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan masyarakat yang belum memiliki NPWP dan be-

lum terdaftar sebagai wajib pajak. Sosialisasi perpajakan mampu meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak. Hal ini didukung penelitian Rohmawati, Prasetyono dan Rimawati (2012) dan Widowati (2015) yang menyatakan sosialisasi berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak orang pribadi. Namun Winerungan (2013) membuktikan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi masih belum konklusif.

Kesadaran wajib pajak adalah wajib pajak secara sadar melakukan pemenuhan kewajiban pajaknya sendiri. Mekanisme *self assessment* yang dianut sebagai sistem perpajakan di Indonesia menuntut masyarakat untuk sadar diri dalam memenuhi kewajiban pajaknya. Adanya kesadaran wajib pajak dalam pembayaran perpajakannya akan meningkatkan penerimaan pajak penghasilan. Namun, jika kesadaran wajib pajak rendah maka penerimaan pajak sulit untuk meningkat atau memenuhi target. Rahmadian dan Murtedjo (2013) dan Tiraada (2013) membuktikan kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Berbeda dengan hasil kedua penelitian tersebut, Herriyanto dan Toly (2013) dan Rohmawati, dkk. (2012) menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Ini menunjukkan masih terdapat perbedaan hasil dari penelitian-penelitian terdahulu.

Faktor lain yang meningkatkan kepatuhan wajib pajak adalah berlakunya sanksi pajak. Adanya sanksi membuat masyarakat yang belum menjadi wajib pajak diwajibkan untuk mulai mendaftarkan diri sebagai wajib pajak dan mulai rutin dalam membayar dan melapor pajak sebagai kewajibannya. Dalam penegakkan peraturan adanya sanksi, tidak hanya diberlakukan bagi masyarakat yang belum menjadi wajib pajak, namun diberlakukan sanksi yang harus diterapkan bagi wajib pajak yang melanggar aturan perpajakan, maka diharapkan dengan adanya penegakan aturan diberlakukannya sanksi maka wajib pajak lebih taat dan patuh dalam membayar dan melaporkan pajak. Maryati (2014) menunjukkan bahwa sanksi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan perpajakan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Siamana, Sabijono dan Warongan (2017) yang membuktikan bahwa kepatuhan wajib pajak orang pribadi di KPP Bukit Tinggi menemukan bahwa sanksi perpajakan ber-

pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan masih adanya perbedaan hasil. Penelitian-penelitian terdahulu juga belum menguji pengaruh faktor-faktor sosialisasi perpajakan, kesadaran perpajakan, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan perpajakan bagi *prospective taxpayer*. *Prospective taxpayer* adalah calon wajib pajak. Calon wajib pajak merupakan masyarakat Indonesia yang kewajiban pajak subjektif nya sudah dimulai dari sejak lahir, namun belum mempunyai objek pajak. Belum banyak penelitian yang menggunakan calon wajib pajak sebagai responden. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya untuk menguji pengaruh faktor sosialisasi perpajakan, kesadaran perpajakan, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan perpajakan bagi *prospective taxpayer*.

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka pertanyaan penelitian yang akan diajukan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah adanya sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan perpajakan bagi *prospective taxpayer*?
2. Apakah dengan adanya kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan perpajakan bagi *prospective taxpayer*?
3. Seberapa besar pengaruh adanya sanksi pajak terhadap kepatuhan perpajakan bagi *prospective taxpayer*?

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti empiris apakah terdapat pengaruh sosialisasi pajak, kesadaran pajak, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan perpajakan bagi *prospective taxpayer*. Penelitian ini mempunyai manfaat baik secara akademis maupun praktis. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan kepada masyarakat agar lebih memperhatikan peraturan tentang perpajakan dan agar menambah pengetahuan yang khususnya berhubungan dengan kepatuhan perpajakan bagi *prospective taxpayer* dan berharap dengan adanya penelitian ini dapat meningkatkan jumlah wajib pajak di negara ini.

Manfaat secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Kantor Pelayanan Pajak (KPP) untuk mengevaluasi dan menambah masukan mengenai pengaruh sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak dan adanya sanksi pajak terhadap kepatuhan perpajakan bagi *prospective taxpayer*. Manfaat bagi wajib pajak diharapkan dapat memberikan manfaat berupa pengetahuan yang lebih luas tentang peraturan perpajakan, sehingga wajib pajak juga memiliki

kesadaran wajib pajak dalam pengambilan keputusan yang berhubungan dengan kepatuhan perpajakan. Dan terutama agar semakin meningkatnya pengetahuan untuk *prospective taxpayer*.

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan pajak yaitu suatu keadaan dimana Wajib Pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya (Widodo, 2010). Ada 2 macam jenis kepatuhan yaitu : 1) Kepatuhan Formal, yaitu suatu keadaan dimana Wajib Pajak memenuhi kewajiban secara formal sesuai dengan ketentuan dalam undang-undang perpajakan. 2) Kepatuhan material, yaitu suatu keadaan dimana Wajib Pajak memenuhi semua ketentuan material perpajakan, dengan maksud sesuai dengan isi dan jiwa undang-undang perpajakan. Kepatuhan material dapat juga meliputi kepatuhan formal.

Kriteria wajib pajak menurut Keputusan Menteri Keuangan No.544/KMK.04/2000, wajib pajak patuh adalah sebagai berikut : 1. Tepat waktu dalam menyampaikan SPT untuk semua jenis pajak dalam dua tahun terakhir. 2. Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali telah memperoleh izin untuk mengatur atau menunda pembayaran pajak 3. Tidak pernah dijatuhi hukuman karena melakukan tindakan pidana di bidang perpajakan dalam jangka waktu lebih dari 10 tahun. 4. Dalam dua tahun terakhir menyelenggarakan pembukuan dengan memadai dan dalam hal terhadap wajib pajak pernah dilakukan pemeriksaan, koreksi pada pemeriksaan yang terakhir untuk tiap-tiap jenis pajak yang terutang paling banyak 5%. 5. Wajib pajak yang laporan keuangannya untuk dua tahun terakhir diaudit oleh akuntan publik dengan pendapat wajar tanpa pengecualian atau pendapat dengan pengecualian sepanjang tidak memengaruhi laba rugi fiskal.

Sosialisasi perpajakan

Sosialisasi perpajakan merupakan upaya dari Direktorat Jenderal Pajak untuk memberikan pengertian, informasi dan pembinaan kepada masyarakat pada umumnya dari wajib pajak pada khususnya mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan peraturan dan perundang-undangan perpajakan. Herriyanto dan Toly (2013) mengatakan bahwa :

“Dalam rangka mencapai tujuannya, maka kegiatan sosialisasi atau penyuluhan perpajakan dibagi ke dalam tiga fokus, yaitu kegiatan sosial-

isasi bagi calon Wajib Pajak, kegiatan sosialisasi bagi Wajib Pajak baru, dan kegiatan sosialisasi bagi Wajib Pajak terdaftar”

Kegiatan penyuluhan atau sosialisasi perpajakan dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu: 1) Penyuluhan/Sosialisasi langsung adalah kegiatan penyuluhan perpajakan dengan berinteraksi langsung dengan Wajib Pajak atau calon Wajib Pajak. 2) Penyuluhan/Sosialisasi tidak langsung adalah kegiatan penyuluhan perpajakan kepada masyarakat dengan tidak atau sedikit melakukan interaksi dengan peserta. Saragih (2013) menyatakan bahwa: “Sosialisasi perpajakan adalah sebagai bentuk upaya dari Direktorat Jenderal Pajak untuk memberikan pengertian, informasi, dan pembinaan kepada masyarakat pada umumnya dan wajib pajak khususnya, mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan peraturan perundang-undang perpajakan”.

Kesadaran wajib pajak

Kesadaran wajib pajak atas fungsi perpajakan sebagai pembiayaan Negara sangat diperlukan untuk meningkatkan penerimaan pajak. Masyarakat harus sadar akan keberadaannya sebagai warga Negara yang selalu menjunjung tinggi UUD 1945 sebagai dasar hukum penyelenggaraan Negara. Kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak merupakan perilaku wajib pajak berupa pandangan atau perasaan yang melibatkan pengetahuan, keyakinan dan penalaran disertai kecenderungan untuk bertindak sesuai stimulus yang diberikan oleh sistem dan ketentuan pajak tersebut. Pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan yang dapat dipertanggung jawabkan serta harus dilakukan secara terus menerus. Salah satu upaya meningkatkan penerimaan pajak adalah memberikan pelayanan yang baik kepada wajib pajak. Pelayanan yang baik akan membuat wajib pajak patuh terhadap kewajibannya dan disertai dengan kesadaran wajib pajak, maka penerimaan pajak akan terus meningkat dari tahun ke tahun. Nurmanto (2010) menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak menyatakan bahwa penilaian positif masyarakat wajib pajak terhadap pelaksanaan fungsi negara oleh pemerintah akan menggerakkan masyarakat untuk mematuhi kewajibannya untuk membayar pajak.

Sanksi perpajakan

Sanksi adalah suatu tindakan berupa hukuman yang diberikan kepada orang yang melanggar peraturan. Peraturan atau Undang-undang meru-

pakan rambu-rambu bagi seseorang untuk melakukan sesuatu mengenai apa yang harus dilakukan dan apa yang seharusnya tidak dilakukan. Sanksi diperlukan agar peraturan atau Undang-undang tidak dilanggar.

Mardiasmo (2013) mengatakan bahwa sanksi administrasi merupakan pembayaran kerugian kepada negara, khususnya yang berupa bunga dan kenaikan. Berdasarkan Undang-Undang Ketentuan Umum Perpajakan No. 16 Tahun 2009, terdapat 3 macam sanksi administrasi yaitu:

- a. Denda Administrasi yaitu sanksi pajak yang dikenakan kepada Wajib Pajak yang melanggar ketentuan perundang-undangan perpajakan
- b. Sanksi Administrasi berupa bunga, meliputi: 1) Bunga pembayaran yaitu bunga karena melakukan pembayaran pajak tidak pada waktunya, dan pembayaran tersebut dilakukan sendiri tanpa adanya surat tagihan STP, SKPKB dan SKPKBT. Bunga dibayar dengan menggunakan SSP. Sanksi bunga ini meliputi: Bunga karena pembetulan SPT, Bunga karena angsuran / penundaan pembayaran, Bunga karena terlambat membayar, Bunga karena ada selisih antara pajak sebenarnya terutang dan pajak sementara. 2) Bunga penagihan adalah bunga karena pembayaran pajak yang tidak dilakukan dalam batas waktu pembayaran dengan menggunakan surat tagihan berupa STP, SKPKB atau SKPKBT. 3) Bunga ketetapan yaitu bunga yang dimasukkan dalam surat ketetapan pajak tambahan pokok pajak. Bunga ketetapan dikenakan maksimum 24 bulan.
- c. Sanksi Administrasi Kenaikan adalah sanksi yang paling ditakuti oleh wajib pajak. Hal ini dikarenakan bila dikenakan sanksi tersebut, jumlah pajak yang harus dibayar bisa menjadi berlipat ganda. Sanksi berupa kenaikan dasarnya dihitung dengan angka presentase tertentu dari jumlah pajak yang tidak kurang bayar. Jika dilihat dari penyebabnya, sanksi kenaikan biasanya dikenakan kepada wajib pajak yang tidak memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan dalam menghitung jumlah pajak terutang.

Penelitian terdahulu

Penelitian terdahulu yang dijadikan utama penelitian ini disajikan pada Tabel 1:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Variabel Laten Eksogen	Variabel Laten Endogen	Hasil Penelitian	Referensi
Sosialisasi perpajakan	Kepatuhan perpajakan bagi <i>prospective taxpayer</i>	Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan perpajakan bagi <i>prospective taxpayer</i>	Rohmawati, dkk. (2012) dan Widowati (2015)
Sosialisasi perpajakan	Kepatuhan perpajakan bagi <i>prospective taxpayer</i>	Sosialisasi perpajakan berpengaruh negatif terhadap kepatuhan perpajakan bagi <i>prospective taxpayer</i>	Winerungan (2013)
Kesadaran wajib pajak	Kepatuhan perpajakan bagi <i>prospective taxpayer</i>	Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan perpajakan bagi <i>prospective taxpayer</i>	Rahmadian dan Murtedjo (2013) dan Tiraada (2013)
Kesadaran wajib pajak	Kepatuhan perpajakan bagi <i>prospective taxpayer</i>	Kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan perpajakan bagi <i>prospective taxpayer</i>	Herriyanto dan Toly (2013) dan Rohmawati, dkk. (2012)
Sanksi pajak	Kepatuhan perpajakan bagi <i>prospective taxpayer</i>	Sanksi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan perpajakan bagi <i>prospective taxpayer</i>	Siamena, dkk. (2017)
Sanksi pajak	Kepatuhan perpajakan bagi <i>prospective taxpayer</i>	Sanksi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan perpajakan bagi <i>prospective taxpayer</i>	Maryati (2012)

Pengembangan hipotesis

Pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan perpajakan

Sosialisasi perpajakan merupakan usaha untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman ketentuan dan peraturan perpajakan bagi masyarakat umum. Sosialisasi pajak dilakukan dalam berbagai bentuk, antara lain penyuluhan dan pelatihan yang diselenggarakan oleh Dirjen Pajak melalui KPP,

dan mata kuliah perpajakan yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi. Oleh karena itu, sosialisasi pajak mempunyai peranan untuk meningkatkan kepatuhan perpajakan terutama *prospective taxpayer*. Ketidakpatuhan wajib pajak dapat disebabkan oleh ketidaktauhan wajib pajak. Rohmawati, dkk. (2012) dan Widowati (2015) telah membuktikan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan perpajakan bagi *prospective taxpayer*.

H1 : Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Perpajakan bagi *Prospective Taxpayer*

Pengaruh kesadaran pajak terhadap kepatuhan perpajakan

Sistem *self assessment* dalam sistem perpajakan di Indonesia membutuhkan kesadaran wajib pajak untuk menunaikan kewajiban perpajakannya. Wajib pajak harus mempunyai kesadaran diri dalam menghitung, membayar, dan melaporkan pajaknya sesuai ketentuan perpajakan yang berlaku. Kesadaran wajib pajak ini meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Hal ini sudah dibuktikan oleh Rahmadian dan Murtedjo (2013) dan Tiraada (2013).

H2 : Kesadaran Perpajakan berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Perpajakan bagi *Prospective Taxpayer*

Pengaruh sanksi pajak terhadap kepatuhan perpajakan

Sanksi pajak merupakan konsekuensi yang harus ditanggung oleh wajib pajak atas pelanggaran yang dilakukannya. Sanksi pajak dalam peraturan perpajakan di Indonesia meliputi: denda, bunga, dan kenaikan atas pajak terutang. Sanksi pajak bertujuan untuk memberikan efek jera bagi wajib pajak, sehingga wajib pajak dapat lebih patuh lagi di masa depan. Siamea, dkk. (2017) membuktikan secara empiris bahwa sanksi pajak mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

H3 : Sanksi Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Perpajakan bagi *Prospective Taxpayer*

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Desain penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hipotesis. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh sosialisasi perpajakan, kesadaran perpajakan, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan perpajakan bagi *pro-*

spective taxpayer.

Identifikasi Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepatuhan perpajakan bagi *prospective taxpayer*. Kepatuhan perpajakan bagi *prospective taxpayer* adalah suatu keadaan dimana wajib pajak harus patuh terhadap kewajibannya dalam membayar dan melaporkan pajaknya. Dan bagi calon wajib pajak baru yang belum terdaftar sebagai wajib pajak dapat dipertegas pengetahuannya tentang perpajakan serta dapat melakukannya (Mutia, 2013). Variabel ini diukur dengan 7 indikator sebagai berikut:

1. Wajib pajak menyediakan data-data yang lengkap ketika pemeriksaan pajak dilakukan.
2. Wajib pajak mengisi formulir pajak dengan lengkap dan jelas.
3. Wajib pajak menghitung pajak yang terutang dengan jumlah yang benar.
4. Wajib pajak membayar pajak yang terutang tepat pada waktunya.
5. Wajib pajak tepat waktu dalam menyampaikan surat pemberitahuan (SPT).
6. Wajib pajak membayar pajak sesuai dengan tarif yang dibebankan.
7. Wajib pajak tidak melakukan penunggakan dalam membayar pajak.

Variabel independen penelitian ini adalah pertama, sosialisasi perpajakan. Sosialisasi perpajakan adalah suatu upaya yang dilakukan agar wajib pajak maupun masyarakat yang belum menjadi wajib pajak dapat mengetahui dan lebih mendalami pengetahuan tentang perpajakan, biasanya dilakukan melalui penyebaran angket di media cetak, penyuluhan bagi seluruh wajib pajak maupun calon wajib pajak baru, ataupun melalui kampanye tentang perpajakan (Wardani dan Wati, 2017). Variabel ini diukur dengan 11 indikator sebagai berikut:

1. KPP memberikan informasi peraturan pajak baru.
2. Saya bertanya kepada petugas pajak ketika mendapat kesulitan perpajakan.
3. Petugas pajak memberikan penjelasan dan pemahaman tentang pajak.
4. Informasi tentang pajak dapat diketahui melalui media cetak seperti spanduk dan iklan.
5. Informasi tentang pajak dapat diketahui melalui media elektronik seperti website pajak.
6. Informasi tentang pajak sangat sulit diketahui melalui media elektronik.
7. Penyuluhan pajak merupakan sarana penyam-

- paian informasi perpajakan kepada Wajib Pajak.
8. Penyuluhan pajak dapat memberi motivasi bagi Wajib Pajak agar patuh untuk membayar pajak.
 9. Sosialisasi pajak dapat memberikan penjelasan pajak kepada Wajib Pajak.
 10. Sosialisasi pajak dapat memberikan pengertian pentingnya pajak kepada Wajib Pajak.
 11. Sosialisasi pajak membuat Wajib Pajak melaksanakan tindakan sesuai dengan ketentuan peraturan perpajakan.

Variabel independen kedua adalah kesadaran perpajakan. Kesadaran perpajakan adalah wajib pajak secara sadar membayar dan melaporkan pajak yang menjadi kewajibannya sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan ketentuan perpajakan. Kesadaran perpajakan dibutuhkan karena berfungsi untuk meningkatkan penerimaan pajak (Mutia, 2013). Variabel ini diukur dengan 5 indikator sebagai berikut:

1. Pajak adalah iuran rakyat untuk dana pengeluaran umum pelaksanaan fungsi dan tugas pemerintah.
2. Pajak merupakan sumber penerimaan negara yang terbesar.
3. Pajak merupakan bentuk partisipasi dalam menunjang pembangunan negara.
4. Penundaan pembayaran pajak dan pengurangan beban pajak sangat merugikan negara.
5. Pajak ditetapkan dengan undang-undang dan dapat dipaksakan.

Variabel independen ketiga adalah sanksi pajak. Sanksi pajak diterapkan oleh Direktorat Jendral Pajak (DJP) dengan maksud jika ada yang melanggar akan mendapatkan sanksi, dengan adanya sanksi pajak membuat wajib pajak akan lebih memperhatikan hak dan kewajibannya dalam melaksanakan kepatuhan perpajakannya. Sanksi pajak tersebut berupa sanksi administrasi, sanksi bunga, denda pajak, dan kenaikan pajak (Mutia, 2013). Variabel ini diukur dengan 5 indikator sebagai berikut:

1. Wajib Pajak akan diberi sanksi jika terlambat atau tidak memenuhi kewajiban perpajakannya.
2. Wajib Pajak akan diberi sanksi jika menyembunyikan objek.
3. WP akan dikenakan sanksi administrasi jika tidak membayar/kurang membayar pajak terutang saat jatuh tempo.

4. WP akan diberikan sanksi pidana jika dengan sengaja memperlihatkan dokumen palsu atau dipalsukan.
5. WP akan diberikan sanksi sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku.

Metode pengumpulan data

Data penelitian ini dikumpulkan dengan metode survei. Metode survei yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara langsung pada responden. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung oleh peneliti, dan beberapa kuesioner disebarkan melalui teman dan saudara.

Populasi dan sampel

Populasi penelitian ini adalah orang pribadi yang belum mendaftarkan diri untuk memiliki NPWP di perguruan tinggi Jakarta pada tahun 2018. Sampel penelitian ini diambil dengan teknik convenience. Teknik pengambilan sampel ini adalah calon wajib pajak yang dikenal oleh peneliti. Teknik pengambilan sampel ini bertujuan untuk meningkatkan *respon rate*.

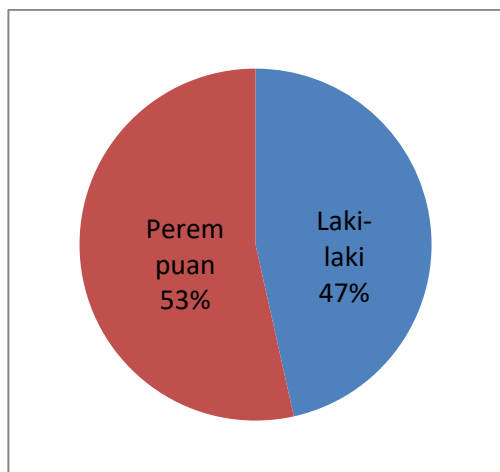
Metode analisis data

Metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini adalah analisis *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan menggunakan program LISREL versi 8.8_full version dengan 150-350 responden. Kelebihan program aplikasi LISREL versi 8.8_full version ini adalah kemampuannya mengidentifikasi data dengan pola yang hubungan antara variabelnya bersifat kompleks. Sesuai dengan prosedur analisis pengujian model yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 3 bagian, yaitu uji kecocokan model pengukuran, uji kecocokan model keseluruhan, dan uji kecocokan model struktural.

HASIL DAN PEMBAHASAN

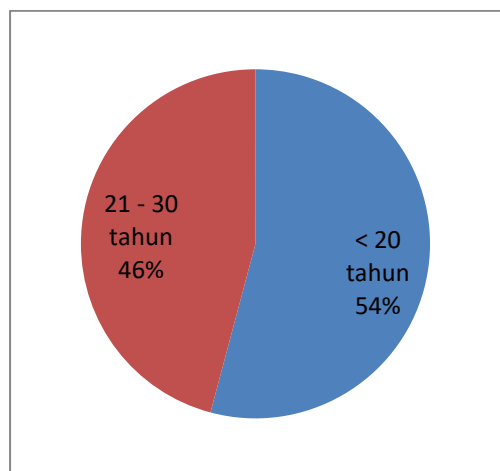
Demografi responden

Responden yang mengembalikan kuesioner penelitian ini sebanyak 301 orang. Gambar 1- 3 di bawah ini menunjukkan demografi responden berdasarkan gender, umur, dan tingkat pendidikan.



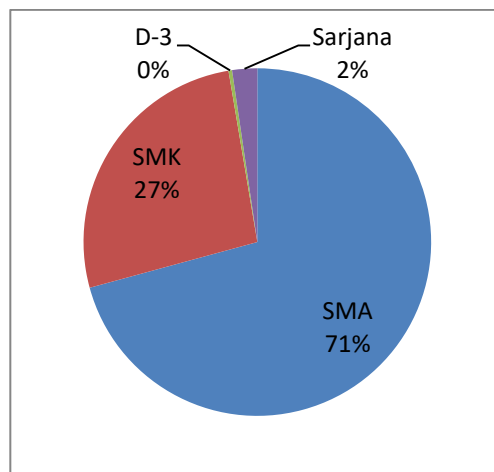
Gambar 1. Demografi Responden berdasarkan Gender

Gambar 1 di atas menunjukkan bahwa 53% responden penelitian ini adalah perempuan. Tingkat pengembalian kuesioner dari responden perempuan sebanyak 161 kuesioner. Sedangkan 47% atau 140 kuesioner penelitian ini adalah responden laki-laki. Ini berarti responden penelitian ini sebagian besar adalah perempuan.



Gambar 2. Demografi Responden berdasarkan Umur

Gambar 2 di atas menunjukkan bahwa 54% atau 163 responden penelitian ini berumur kurang dari 20 tahun. Sedangkan 46% atau 138 responden penelitian ini mempunyai rentang umur 21-30 tahun. Ini menunjukkan bahwa sampel penelitian ini didominasi oleh remaja.



Gambar 3. Demografi Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan

Gambar 3 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar (71% atau 213 orang) responden penelitian ini mempunyai tingkat pendidikan SMA. Sedangkan terbesar kedua (27% atau 80 orang) mempunyai tingkat pendidikan SMK. Hal ini dapat dilihat dari rentang umur responden yaitu < 20 tahun atau berumur remaja. Sisanya masing-masing 0% (1 orang) dan 2% (7 orang) mempunyai tingkat pendidikan D-3 dan Sarjana.

Hasil pengolahan data

Uji model pengukuran

Uji model pengukuran meliputi pengujian validitas dan reliabilitas. Pengujian pertama adalah uji validitas. Uji validitas mempunyai tujuan untuk memastikan indikator variabel atau pertanyaan-pertanyaan mengukur konstruk atau variabel laten. Validitas indikator variabel tersebut dapat dilihat dari nilai *t-values* masing-masing indikator variabel. Jika nilai *t-values* $\geq 1,96$ maka indikator tersebut dikatakan valid. Tabel 2 di bawah ini menunjukkan hasil uji validitas untuk masing-masing konstruk atau variabel laten.

Tabel 2. Uji Validitas

Konstruk atau Variabel Laten	Indikator	<i>t-values</i> $\geq 1,96$	Kesimpulan
Kepatuhan perpajakan	Y01	Fixed	Valid
	Y02	13,10	Valid
	Y03	12,58	Valid
	Y04	12,85	Valid
	Y05	11,57	Valid
	Y06	10,67	Valid

	Y07	9,25	Valid
Sosialisasi perpajakan	A01	8,47	Valid
	A02	8,52	Valid
	A03	9,55	Valid
	A04	7,09	Valid
	A05	9,81	Valid
	A06	2,47	Valid
	A07	10,82	Valid
	A08	13,21	Valid
	A09	13,69	Valid
	A10	12,94	Valid
	A11	11,72	Valid
Kesadaran perpajakan	C01	9,90	Valid
	C02	10,84	Valid
	C03	9,06	Valid
	C04	8,81	Valid
	C05	7,48	Valid
Sanksi pajak	D01	12,28	Valid
	D02	13,23	Valid
	D03	12,59	Valid
	D04	12,68	Valid
	D05	13,02	Valid

Tabel 2 di atas menyimpulkan bahwa 28 indikator variabel untuk mengukur variabel laten: kepatuhan perpajakan, sosialisasi perpajakan, kesadaran perpajakan, dan sanksi pajak adalah valid.

Pengujian kedua adalah uji reliabilitas. Uji reliabilitas adalah pengujian untuk memastikan masing-masing responden memberikan jawaban yang reliabel. Uji reliabilitas menggunakan *construct reliability* (CR) dengan rumus sebagai berikut:

$$\frac{(\sum \text{standard loading})^2}{(\sum \text{standard loading})^2 + \sum \epsilon_i}$$

CR harus mempunyai nilai $\geq 0,70$ untuk dapat lolos dari uji reliabilitas. Hasil uji reliabilitas untuk masing-masing konstruk atau variabel laten disajikan pada Tabel 3 di bawah ini:

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Konstruk atau Variabel Laten	Nilai CR $\geq 0,70$	Kesimpulan
Kepatuhan perpajakan	0,87	Reliabel
Sosialisasi perpajakan	0,81	Reliabel
Kesadaran perpajakan	0,71	Reliabel
Sanksi pajak	0,82	Reliabel

Tabel 3 di atas menunjukkan bahwa semua konstruk atau variabel laten dalam penelitian ini adalah reliabel.

Uji kecocokkan model keseluruhan

Uji kecocokkan model keseluruhan bertujuan untuk menguji kecocokkan data dengan model penelitian. Hasil uji kecocokkan model keseluruhan disajikan pada Tabel 4 di bawah ini:

Tabel 4. Uji Kecocokkan Model Keseluruhan

Kriteria Kecocokkan Model	Indikator Tingkat Kecocokkan Model	Hasil Estimasi Model	Tingkat Kecocokkan Model
NCP	Diantara range confidence interval (378, 83 - 543, 98)	457, 56	Baik (<i>good fit</i>)
RMSEA	$p\text{-values} \leq 0,05$	0,07	Cukup baik (<i>marginal fit</i>)
ECVI	Nilai yang mendekati <i>saturated model</i> dibandingkan <i>independence</i>	3,09 *S = 2,71 *I = 25,67	Baik (<i>good fit</i>)
NFI	$NFI \geq 0,90$	0,90	Baik (<i>good fit</i>)
NNFI	$NNFI \geq 0,90$	0,93	Baik (<i>good fit</i>)
PNFI	$PNFI \geq 0,80$	0,82	Cukup baik (<i>marginal fit</i>)
CFI	$CFI \geq 0,90$	0,94	Baik (<i>good fit</i>)
IFI	$IFI \geq 0,90$	0,94	Baik (<i>good fit</i>)

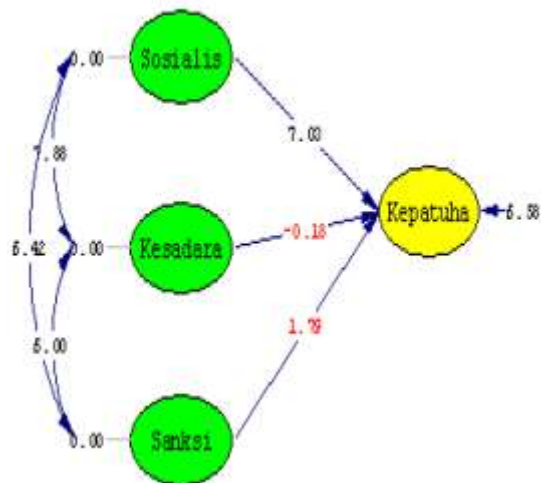
Kriteria Kecocokkan Model	Indikator Tingkat Kecocokkan Model	Hasil Estimasi Model	Tingkat Kecocokkan Model
			<i>fit</i>)
RFI	$RFI \geq 0,80$	0,89	Cukup baik (<i>marginal fit</i>)
RMR	$Standardized RMR \leq 0,05$	0,025	Baik (<i>good fit</i>)
GFI	$GFI \geq 0,80$	0,84	Cukup baik (<i>marginal fit</i>)
AGFI	$AGFI \geq 0,80$	0,81	Cukup baik (<i>marginal fit</i>)

Tabel 4 di atas menunjukkan bahwa 7 dari 12 kriteria kecocokkan model menunjukkan baik atau *good fit*, sedangkan 5 kriteria menunjukkan cukup baik atau *marginal fit*. Ini berarti lebih dari 50% kriteria kecocokkan keseluruhan model adalah baik atau *good fit*, sehingga dapat disimpulkan adanya kesesuaian antara model penelitian dengan data penelitian.

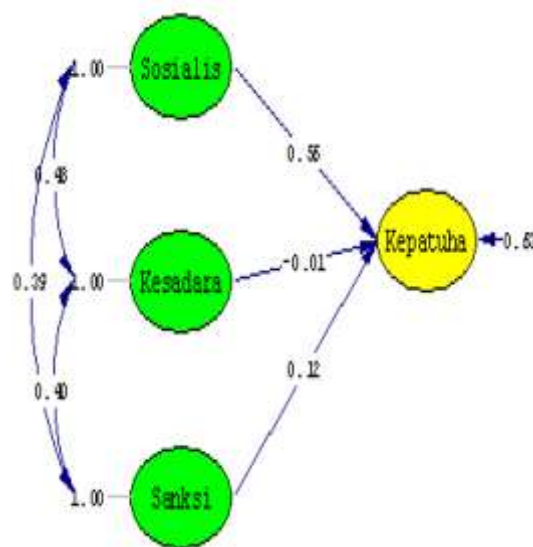
Uji model struktural

Tahap selanjutnya setelah melakukan uji kecocokan model keseluruhan, yaitu uji kecocokan model struktural. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel eksogen meliputi pengaruh sosialisasi, kesadaran wajib pajak, dan adanya sanksi terhadap variabel endogen kepatuhan wajib pajak bagi prospective taxpayer apakah bersifat signifikan atau tidak. Dengan pengujian ini akan menghasilkan hipotesis model penelitian diterima atau ditolak. Keseluruhan variabel yang diteliti pada penelitian ini menggunakan 28 indikator yang disebut dengan variabel teramati yang diantaranya kepatuhan mempunyai 7 indikator, sosialisasi mempunyai 11 indikator, kesadaran mempunyai 5 indikator dan sanksi mempunyai 5 indikator. Hasil uji dapat terlihat dari path diagrams dan printed output. Di dalam path diagrams tersebut akan terlihat dengan model struktural yang ditandai di T-values yang berwarna hitam atau dengan nilai $\geq 1,96$ maka dapat dikatakan hubungannya bersifat positif atau signifikan, sedangkan yang ditandai berwarna merah atau $\leq 1,96$ maka dapat dikatakan hubungannya bersifat tidak signifikan.

Gambar 4 di bawah ini menunjukkan hasil pengujian H1 – H3:



Path diagram – t-values



Path diagram – Nilai Estimasi

Gambar 4 di atas menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepatuhan perpajakan bagi prospective taxpayer. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t sebesar 7,03 ($> 1,96$). H1 penelitian ini yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan perpajakan bagi prospective taxpayer telah didukung secara empiris. Kesadaran perpajakan dan sanksi pajak terhadap kepatuhan perpajakan bagi prospective taxpayer mempunyai nilai t

masing-masing sebesar -0,18 dan 1,79 atau $< 1,96$. Kesadaran perpajakan dan sanksi pajak tidak signifikan terhadap kepatuhan perpajakan bagi *prospective taxpayer*. Ini berarti H2 dan H3 penelitian ini tidak didukung secara empiris.

Pembahasan

Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan perpajakan bagi *prospective taxpayer*. Ini berarti pemerintah dalam hal ini adalah Dirjen Pajak perlu melakukan sosialisasi perpajakan secara intensif kepada masyarakat khususnya *prospective taxpayer*. Sosialisasi perpajakan dapat dilakukan sendiri oleh Dirjen Pajak melalui Kantor Pelayanan Pajak (KPP), serta pemberdayaan sekolah dan perguruan tinggi. Sosialisasi perpajakan oleh KPP bisa dalam bentuk penyuluhan dan pelatihan atau melalui peran *account representative* (AR). Penyuluhan perpajakan dapat berupa buku-buku komik sehingga menarik minat anak-anak muda yang notabene adalah calon wajib pajak. Dirjen Pajak juga dapat bekerja sama dengan sekolah-sekolah khususnya sekolah menengah atas dan sekolah menengah kejuruan dalam melakukan sosialisasi perpajakan. Sekolah merupakan tempat calon wajib pajak sehingga tepat sasaran. Kerja sama tersebut dapat secara formal dengan memasukkan pajak dalam kurikulum, maupun secara informal melalui penyuluhan. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Rohmawati, dkk. (2012) dan Widowati (2015).

Kesadaran perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan perpajakan bagi *prospective taxpayer*. Calon wajib pajak (*prospective taxpayer*) masih belum mempunyai kesadaran perpajakan. Kesadaran perpajakan merupakan kondisi dimana wajib pajak menyadari sepenuhnya kewajibannya untuk mendaftarkan diri sebagai wajib pajak. Jadi, calon wajib pajak belum mempunyai kesadaran untuk mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP. Oleh karena itu, kesadaran perpajakan bukan merupakan faktor yang mempengaruhi kepatuhan perpajakan bagi *prospective taxpayer*. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Herriyanto dan Toly (2013) dan Lusia (2013).

Sanksi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan perpajakan bagi *prospective taxpayer*. Sanksi perpajakan merupakan konsekuensi yang harus ditanggung oleh wajib pajak apabila tidak memenuhi kewajiban perpajakannya. Calon wajib pajak merasa takut dan khawatir akan sanksi pajak, sehingga mereka merasa enggan untuk mendaftarkan diri sebagai wajib pajak. Ini menjelaskan mengapa

sanksi pajak bukan merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kepatuhan bagi *prospective taxpayer*. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Maryati (2013).

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa pertama, sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan perpajakan bagi *prospective taxpayer*. Sosialisasi perpajakan yang dilakukan secara intensif pada calon wajib pajak (*prospective taxpayer*) akan mampu meningkatkan kepatuhan perpajakan. Sosialisasi perpajakan memberikan pengetahuan dan pemahaman bagi calon wajib pajak, sehingga terjadi kepatuhan perpajakan.

Kedua, kesadaran perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan perpajakan bagi *prospective taxpayer*. Calon wajib pajak belum mempunyai kesadaran perpajakan, sehingga mereka belum mendaftarkan dirinya sebagai wajib pajak dan belum siap melakukan kewajiban perpajakannya.

Ketiga, sanksi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan perpajakan bagi *prospective taxpayer*. Calon wajib pajak belum mau mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP, karena mereka merasa takut dan khawatir akan sanksi pajak apabila tidak menjalankan kewajiban perpajakannya.

Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan dan saran untuk penelitian selanjutnya antara lain sampel penelitian ini adalah mahasiswa pada perguruan tinggi di Jakarta, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasi untuk kota lainnya di Indonesia. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan populasi seluruh calon wajib pajak Indonesia atau paling tidak, calon wajib pajak yang berdomisili di kota-kota besar seperti Medan, Surabaya, Semarang, Jakarta, dan Bandung.

Model penelitian ini menguji pengaruh sosialisasi perpajakan, kesadaran perpajakan, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan perpajakan bagi *prospective taxpayer* secara langsung. Calon wajib pajak membutuhkan pengetahuan dan pemahaman sebelum menyadari kewajiban perpajakan dan konsekuensi apabila terjadi pelanggaran sehingga dapat meningkatkan kepatuhan perpajakan. Tesis ini perlu diuji kembali melalui pengembangan model pada penelitian selanjutnya.

REFERENCES

Herriyanto, M. dan Toly, A. A., (2013), Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kegiatan Sosialisasi Perpajakan, dan Pemeriksaan Pajak Terhadap

- Penerimaan Pajak Penghasilan di KPP Pratama Surabaya Sawahan, *Tax and Accounting Review*, Vol 1 No 1, page 124 – 135.
- Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No 544/ KMK.04/2000, (2000), Kriteria Wajib Pajak yang Dapat Diberikan Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pembayaran Pajak Menteri Keuangan Republik Indonesia.
- Mardiasmo, (2013), *Perpajakan*, Yogyakarta: Andi.
- Maryati, E., (2014), Pengaruh Sanksi Pajak, Motivasi dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Skripsi Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjungpinang*.
- Mutia, S. P. T., (2013), Pengaruh Sanksi Perpajakan, Kesadaran Perpajakan, Pelayanan Fiskus Dan Tingkat Pemahaman Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Empiris pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang Terdaftar di KPP Pratama Padang), *Jurnal Akuntansi*, Vol 2 No 1, page 3 – 22.
- Nurmantu, S., (2010), *Pengantar Perpajakan*, Edisi Dua, Jakarta: Granit
- Rahmadian, R., dan Murtedjo, (2013), Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Jakarta Kembangan, *Skripsi, Universitas Bina Nusantara*.
- Rohmawati, L., Prasetyono dan Rimawati, Y., (2012), Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Tingkat Kesadaran dan Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang Melakukan Kegiatan Usaha dan Pekerjaan Bebas pada KPP Pratama Gresik Utara), *Prosiding Simposium Nasional Perpajakan 4*, page 34 – 51.
- Saragih, S. F., (2013), *Analisis Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Medan Timur*, *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara*.
- Siamena, E., Sabijono, H., dan Warongan, J.D.L., (2017), Pengaruh Sanksi Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi, *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*, Vol 12 No 2, page 917 – 927
- Tiraada, T. A., (2013), Kesadaran Perpajakan, Sanksi Pajak, Sikap Fiskus Terhadap Kepatuhan WPOP di Kabupaten Minahasa Selatan, *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (EMBA)*, Vol 1 No 3, page 999 – 1008.
- Wardani, D. K., dan Wati, E., (2017), Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Pengetahuan Perpajakan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Kebumen), *Jurnal Nominal*, Vol VII No 1, page 33 – 54.
- Widodo, W., (2010), *Moralitas, Budaya, dan Kepatuhan Pajak*, Bandung: Alfabeta.
- Widowati, R., (2015), Kepatuhan Wajib Pajak Melalui Sosialisasi Perpajakan, Sanksi Perpajakan, Pengetahuan Pajak dan Pelayanan Fiskus, *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Dian Nuswantoro*.
- Winerungan, O. L., (2013), Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan WPOP di KPP Manado dan KPP Bitung. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (EMBA)*, Vol 1 No 3, page 34 – 51.